



**Penerapan Bauran Pemasaran Dalam
Meningkatkan Volume Penjualan Produk Roti
Pada Industri Rumah Tangga Romi Bakery
Papringan Kaliwungu Kudus**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
strata satu (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh

Bagus Purnomo Aji

NIM. 2009-11-035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2013**

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK ROTI
PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA ROMI BAKERY
PAPRINGAN KALIWUNGU KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan tim penguji ujian skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, September 2013

Mengetahui

Ketua Progdi

Noor Azis, SE., MM

NIS. 0610701000001179

Pembimbing I

Drs. H. Taufik, Ms. MM

NIS. 195004111980031001

Mengetahui

Dekan

Dr. Drs. H. Mochamad Edris, MM

NIS. 0610702010101021

Pembimbing II

Agung Subono, SE. MSi

NIS. 0610701000001200

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Kebahagiaan adalah keseimbangan, tidak ada keseimbangan yang bisa dicapai tanpa penyesuaian”. (Mario Teguh)

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini penulis persembahkan bagi :

1. Bapak, Ibu, Kakak dan adikku tersayang
2. Seseorang yang membuatku bangga dan termotivasi
3. Seluruh sahabat dan teman-temanku Fema Manajemen angkatan 2009
4. Semua temen-temenku HMJ M UMK, IMM UMK, IMM STAIN, IMM STIKES MUHAMMADIYAH KUDUS
5. Almamater

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Penerapan Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Roti Pada Industri Rumah Tangga Romi Bakery Papringan Kaliwungu Kudus” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi banyak kesulitan dan rintangan disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Namun berkat bantuan dan dorongan yang diberikan berbagai pihak, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan rencana. Oleh karena itu pada kesempatan yang berbahagia ini penulis menghaturkan banyak terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Drs. H. Taufik, Ms. MM dan Agung Subono, SE. M.Si Masing-masing selaku Dosen pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen beserta para pegawai di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
5. Ibu dan Bapak tercinta.

Selanjutnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tulisan ini serta kepada semua pihak yang berkenan memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat diselesaikan.

Sebagai penutup, kepada pembaca yang budiman penulis harapkan saran dan kritik yang membangun demi terwujudnya kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, almamater, masyarakat, bangsa dan negara.



Kudus, September 2013

Penulis

Bagus Purnomo Aji

ABSTRAKSI

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
STRATA I : 2013**

- A. NAMA : BAGUS PURNOMI AJI
B. JUDUL : PENERAPAN BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK
ROTI PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA ROMI
BAKERY PAPRINGAN KALIWUNGU KUDUS
C. HALAMAN : Permulaan xiii, Isi 63, Tabel 4, Gambar 4, Lampiran 7.
D. RINGKASAN :

Pemasaran merupakan salah satu icon penting bagi suatu perusahaan untuk tetap hidup berkembang dan bersaing di pasaran. Penetapan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat diharapkan dapat meningkatkan laba yang diperoleh, pangsa pasar, serta total volume penjualan dalam jangka waktu tertentu. Strategi bauran pemasaran yang tepat memberikan peranan yang penting terhadap keberhasilan suatu perusahaan untuk dapat tetap melangsungkan usahanya.

Romi Bakery yang merupakan salah satu industri rumah tangga di Papringan pada awal berdiri tahun 2009 memiliki jumlah volume penjualan sebanyak 730.000. Kemudian tahun 2010 terjadi kenaikan sebanyak 50%, pada tahun 2011 juga terjadi kenaikan 16,7% sedangkan pada tahun 2012 volume penjualan naik 14,3% dari volume penjualan tahun 2011. Bauran pemasaran menjadi faktor penting dalam mempertahankan volume penjualan, perusahaan akan mendapatkan gambaran dari hasil pemasaran yang dilakukan sehingga dapat diawasi dan dievaluasi keberhasilannya sesuai dengan rencana pemasaran atau tidak. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menganalisa penerapan bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk roti pada industri rumah tangga Romi Bakery Papringan Kaliwungu Kudus. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan penerapan bauran pemasaran dan perkembangan volume penjualan roti pada industri rumah tangga Romi Bakery Papringan Kaliwungu Kudus, dan menganalisis dan mendeskripsikan peluang dan tantangan pemasaran produk roti pada industri rumah tangga Romi Bakery Papringan Kaliwungu Kudus.

Strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 4 komponen P, yaitu: produk, harga, promosi, dan distribusi, yang jika penerapannya dimaksimalkan maka dapat meningkatkan volume penjualan. Selain itu juga tetap memperhatikan faktor pendukung dan penghambatnya. Pengukuran volume penjualan didapatkan dari banyaknya jumlah roti yang diproduksi dan dipasarkan di setiap harinya dari tahun ke tahun. Dengan melakukan perluasan pasar, usaha produksi roti industri rumah tangga Romi Bakery selain diperuntukkan bagi kalangan menengah ke bawah juga dapat mencakup kalangan menengah ke atas yang dalam gaya

pembeliannya tidak terlalu mementingkan harga namun lebih mementingkan kualitas. Perkembangan teknologi dan informasi juga memberikan peluang bagi usaha ini. Selain peluang juga ada ancaman, seperti adanya industri roti sejenis dan kepercayaan konsumen karena belum terdaftarnya industri roti ini pada departemen kesehatan.

E. DAFTAR BUKU YANG DIGUNAKAN : 23 BUKU (1984-2012)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	4
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Kegunaan Penelitian.....	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran	6
2.2. Strategi Pemasaran	6
2.2.1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	6
2.2.2. Elemen Strategi Pemasaran.....	7
2.3. Bauran pemasaran	8
2.3.1. Produk (<i>Product</i>).....	9
2.3.2. Harga (<i>Price</i>).....	12
2.3.3. Tempat/Distribusi (<i>Place</i>).....	15
2.3.4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	17
2.4. Volume Penjualan	19
2.5. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Volume Penjualan	19
2.6. Penelitian Terdahulu	20

2.7.	Kerangka Pemikiran.....	22
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Rancangan Penelitian.....	25
3.2.	Devinisi Operasional.....	25
3.2.1	Produk (<i>product</i>).....	25
3.2.2	Harga (<i>Price</i>).....	25
3.2.3	Tempat/Saluran Distribusi (<i>Place</i>).....	26
3.2.4	Promosi (<i>Promotion</i>).....	26
3.2.5	Volume Penjualan.....	26
3.3.	Jenis Dan Sumber Data.....	26
3.3.1	Jenis Data.....	26
3.3.1.1	Data Kuantitatif.....	26
3.3.1.2	Data Kualitatif.....	27
3.3.2	Sumber Data.....	27
3.3.1.2	Data Sekunder.....	27
3.4.	Pengumpulan Data.....	27
3.4.1	Observasi.....	27
3.4.2	Wawancara.....	27
3.4.3	Dokumentasi.....	28
3.5.	Pengolahan Data.....	28
3.5.1	Editing.....	28
3.5.2	Tabulating.....	28
3.6.	Analisis Data.....	28
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	30
4.1.1	Latar Belakang Obyek Penelitian.....	30
4.1.2	Struktur Organisasi.....	31
4.1.3	Proses Pembuatan.....	33
4.1.4	Penyajian Data.....	35
4.1.5	Bauran Pemasaran Industri Rumah Tangga Romi Bakery Papringan Kaliwungu Kudus.....	35

4.1.5.1 Produk	35
4.1.5.2 Harga	40
4.1.5.3 Promosi	42
4.1.5.4 Distribusi	44
4.2 Analisis Data dan Pembahasan	46
4.2.1 Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Roti Pada Industri Rumah Tangga Romi Bakery Papringan Kaliwungu Kudus	46
4.2.2 Peluang-peluang dan Tantangan-tantangan Pemasaran Produk Roti yang Dihadapi oleh Industri Rumah Tangga Romi Bakery Papringan Kaliwungu Kudus	54
4.2.2.1 Peluang	54
4.2.2.2 Ancaman	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Target dan Realisasi Jumlah Produk Yang Diproduksi Per Hari	38
Tabel 4.2 Tabel Harga Roti	41
Tabel 4.3 Target dan Realisasi Jumlah Promosi Yang Dipromosikan pertahun	44



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Distribusi tak langsung.....	16
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Industri Rumah Tangga Romi Bakery .	32
Gambar 4.2 Kerangka Hasil Penelitian Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk Roti Pada Industri Rumah Tangga Romi Bakery Papringan Kaliwungu Kudus	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Pernyataan Hasil Penelitian Lapangan	63
2 Pedoman Wawancara Kepada Pemilik Industri Rumah Tangga Romi Bakery dan jawabannya	64
3 Foto Proses Produksi	71
4. Foto Produk	74
5. Foto Kemasan dan Label	75
6. Foto Promosi dan Distribusi	76
7. Volume Penjualan dan Data Pesaing Roti Romi Bakery	77



